

الإدارة في المؤسسات الإعلامية والدور الرقابي والمهني لهيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية

الباحثة: امطار رحيم نعمة الاستاذ الدكتور علي عبد الصمد ال فرهاد

جامعة البصرة / كلية الآداب / قسم المعلومات و تقنيات المعرفة

amtaramya14@gmail.com

الملخص:

أصبحت المؤسسات الإعلامية مقياساً لتطور المجتمعات المعرفية . عبر طرق إدارية منظمة ذات سياقات يمكن ان تستوعبها المؤسسات الإعلامية اجتماعيا واقتصاديا تؤكد على أهمية الإدارة الجيدة التي تأخذ في الاعتبار المبادئ الأساسية والتي يمكن دمجها مع المؤسسات الإعلامية . وعلى القيادات الاهتمام بخصوصيات الادارة وطبيعة الموارد البشرية والحاجة إلى الإدارة الحقيقية . حيث ركزت الباحثة على المفهوم والمبادئ الأساسية في علم الادارة وبالأخص الدور المهني والرقابي داخل المؤسسات الاعلامية التي تعد ركيزة أساسية في بناء المجتمعات الحضارية والثقافية والاعلامية في ظل ادارة ناجحة ساهمت في تطور تكنولوجيا المعلومات الالكترونية او الرقمية في سرعة انتشار الخبر او المعلومة او المعرفة وتداولها عبر رسائل في اشكال مختلف.

الكلمات المفتاحية : (الإدارة، المؤسسة الإعلامية، الإدارة الإعلامية).

Management in media institutions and the supervisory and professional role of
the Media and Communications Commission in the southern region

Researcher Matar Rahim Nehme, Professor Dr. Ali Abdel Samad Al Farhad

University of Basra/College of Arts/

amtaramya14@gmail.com

Abstracts:

Media institutions have become a measure of the development of knowledge societies. Through organized administrative methods with contexts that media organizations can absorb socially and economically, stressing the importance of good management that takes into account the basic principles that can be combined with media organizations. Where the researcher focused on the concept and basic principles in management science, especially the professional and supervisory role within the media institutions, which is a basic pillar in building civilized, cultural and media societies in light of a successful management that contributed to the development of electronic or digital information technology in the rapid spread of news, information or knowledge and its circulation through Messages in different forms.

Keywords: (management, media organization, media management).

المقدمة:

الإدارة علم وفن يساهم بنجاح أي مؤسسه أو شركة أو منظمه (نور الدين، ٢٠٠٥) . لكن الطبيعة المختلفة للنشاط قد تنعكس على الادارة وانواعها واشكالها . (محمد، ٢٠٢٠) ، وينعكس ذلك في طريقة

إدارة هذه المؤسسات وأهدافها وطرق تحقيقها نظرًا لطبيعة مهنة الإعلام ، وبالتالي تحتاج المؤسسات الإعلامية لموارد بشرية ذات مهارة بالعلوم الإدارية (على سبيل المثال) لا يمكن أن يحل مشاكل المؤسسة الصحفية التي تحتاج إلى المرونة في إصدار القرارات وسرعة اتخاذها والقدرة على حل المشكلات السريعة والمتتالية والمتداخلة بين الأقسام الإدارية والفنية والتحرير في مؤسسة صحفية كما أن المشاكل التي تواجه المخرج (راديو أو تلفزيون) ليست مثل مشاكل مصنع الإطارات أو شركات النقل فهي مشاكل من نوع خاص. تتطلب إلى المرونة والسرعة من جانب مدير مؤسسة إعلامية. فمن المفترض أن يسعى إنشائها إلى تحقيق هدف يتوافق مع هذه الطبيعة لذلك فإن المؤسسة الإعلامية التي تهدف إلى الإعلام والتوجيه والترفيه ... إلخ (Holyfield 2015) ، ستختلف عن مؤسسة أخرى تهدف إلى التعليم ، مثل الجامعة أو إنتاج الخضار ، مثل المزرعة .. يمكن اعتبار كل من هذه المؤسسات بمثابة مؤسسة ذات طبيعة معينة ، وبالتالي يختلف شكل إدارتها وفقًا لهذه الطبيعة. حيث تناولت الباحثة في الفصل الاول الاطار العام بالدراسة وتضمن مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومنهجيته وادوات جمع البيانات اضافة الى الدراسات السابقة . ام الفصل الثاني فتناول مفهوم الادارة وتعريفاتها وفوائدها في عمل المؤسسات الاعلامية وكذلك الدور المهني للموارد البشرية ومهاراتهم الاعلامية ودورهم الرقابي في انجاح العمل الاداري وتحقيق الاهداف التي ينتظرها الجمهور بالطريقة الصحيحة والسريعة التي تساعدهم على فهم والتحليل عبر وسائل الاعلام المقروءة والمرئية او السمعية او البصرية او الالكترونية او الرقمية واخيرا توصلت الباحثة الى جملة من الاستنتاجات تضمنت اهداف مبادئ وقواعد الادارة داخل المؤسسة الاعلامية .

أولاً : مشكلة البحث.

تكمن أهمية الإدارة في المؤسسات المعلوماتية والإعلامية عن غيرها من المنظمات والشركات التجارية أو الرياضية الخ ... لما تلعبه من دور بارز وأساسي في تنظيم العمل الإداري والتي تسعى جاهدة لتحقيق أهدافا ورسالتها داخل المؤسسة الإعلامية عبر القوانين والتعليمات والإجراءات المتبعة والتي تبرز الدور المهني والرقابي وطبيعة تأثيرها سلبيا وإيجابيا على النشاطات والمؤسسات الإعلامية حيث تسعى جاهدة لتقديم خدماتها عبر رسالتها الإعلامية .

ثانيا : أهمية البحث .

تأتي أهمية البحث في اظهار الدور الإداري في المؤسسات الإعلامية والنشاطات المختلفة التي تعكس شكل تلك الإدارة والمهارات التي تحتاجها المؤسسات الإعلامية فهي تحتاج الى أكثر من مهارة كالتسليح بقواعد العلوم الإدارية اضافة الى المرونة والسرعة في اتخاذ القرارات ، والمهارة في نشر وتسويق الرسالة الإعلامية . مع اختلاف دور وأهداف ونشاطات المؤسسات التعليمية او الإعلامية عن غيرها من المؤسسات او المنظمات الرياضية او التجارية

ثالثا : اهداف البحث

يهدف البحث الحالي الى التعرف على:

- ١- مفهوم المؤسسة الإعلامية وخصائصها وانواعها .
- ٢- الدور المهني والرقابي في المؤسسات الإعلامية .
- ٣- الموارد البشرية الادارية والفنية التي يجب ان تعمل داخل المؤسسة الاعلامية.
- ٤- الجانب المهني لعمل هيئة الاعلام والاتصالات .
- ٥- الدور الرقابي لهيئة الاعلام والاتصالات .

رابعا : تساؤلات البحث

لأجل تحقيق اهداف البحث تم وضع التساؤل التالي :

- ١- ما هو مفهوم المؤسسة الإعلامية وماهي خصائصها وانواعها ؟.
- ٢- ما الدور المهني والرقابي في المؤسسات الإعلامية في العراق ؟

٣- ماهي الموارد البشرية الادارية والفنية التي يفترض ان تعمل في المؤسسة الاعلامية؟.

٤- ما الجانب المهني لعمل هيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية بجمهورية العراق؟.

٥- ما الدور الرقابي لهيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية بجمهورية العراق؟

خامسا: حدود البحث :

١-الحدود الموضوعية :تقتصر الحدود الموضوعية على الإدارة في المؤسسات الإعلامية

٢-الحدود المكانية : تقتصر الدراسة على هيئة الاعلام والاتصالات في المحافظات الجنوبية من جنوب العراق .

٣-الحدود الزمانية : تشمل الدراسة العامين ٢٠٢١-٢٠٢٢.

سادسا :منهج البحث :

اتبع المنهج الوصفي الوثائقي لجمع المعلومات بكافة اشكالها الأولية والثانوية التقليدية والالكترونية وذلك من خلال جمع المعلومات وتنظيمها بشكل منطقي .

سابعا - أداة جمع البيانات

١ - استخدمت في الدراسة مصادر المعلومات بكافة اشكالها الالكترونية والتقليدية .

٢- المقابلة : تم اعداد أسئلة مقابلة تتعلق بعمل الهيئة بلغ عددها (٥) أسئلة وجهة الى مدير هيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية مباشرة .

كما أجريت مقابلات أخرى مع السيد مدير الهيئة تتعلق بالكوادر الوظيفية والمستلزمات المتوفرة في الهيئة فضلا عن الأبنية والتجهيزات والتطبيقات البرمجية المستخدمة من الإدارة في أداء اعمالها

كذلك تمت مقابلة عدد من موظفي الهيئة للتعرف على مهام أعمالهم وواجباتهم

٣-الاستبانة :

لغرض تحقيق اهداف البحث تم اعداد استبانة خاصة بهيئة الاعلام والاتصالات .

٨-١- العينة : اما عينة الدراسة فقد بلغ عدد افرادها (٦٧) موظفا وموظفة من هيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية . موزعين على المحافظات الجنوبية بشكل الذي يظهره الجدول (١)

الجدول (١)

عينة البحث من موظفي هيئة الاعلام والاتصالات موزعين حسب المحافظة

ت	موظفو الهيئة	العدد
١-	موظفو هيئة الاعلام والاتصالات في محافظتي البصرة وميسان	٣٨
٢-	موظفو هيئة الاعلام والاتصالات في محافظة ذي قار	٢٩
	المجموع	٦٧

١-الإدارة الإعلامية : التعريف والمفهوم والفوائد .

أولاً : تعريف الإدارة الإعلامية :

يمكن تعريف الإدارة الإعلامية بأنها "مجموعة الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج المحتوى الإعلامي بمختلف اشكاله ونشره واستهلاكه بواسطة الأجهزة الالكترونية المتصلة بالانترنت وغير متصلة "

كما ورد في تعريف لدى وزاع محمد (محمد، ٢٠١٧) الإدارة الالكترونية الإعلامية "تعني هي الإدارة الالكترونية الشاملة التي توظف جميع الطاقات المتاحة من موارد بشرية ومادية وتقنيات وبرمجيات حديثة من اجل تحقيق أهدافها وتقديم خدماتها لزيائنها بفعالية اكثر وجهود وتكلفة اقل بما يعزز قدراتها التنافسية في مواجهة المؤسسات المماثلة ويوفر لها إمكانية السبق في اتخاذ القرار مما يفتح لها افاق التطور والنمو وتحقيق التميز ". (Ameri، 2018)

ثانيا : معنى الإدارة:

يمكن تعريف الإدارة على انها " هو القدرة على اتخاذ القرارات الإدارية وتسيير العاملين بكفاءة " والقدرة على "استخدام الجهاز او الأجهزة وما يتضمنها من هياكل تنظيمية وتشريعات او أنظمة ضابطة ومواد وعدد واموال ميزانية او موارد مالية، وأخيرا الكادر الوظيفي الذي يشكل العنصر البشري في الادارة، بإدارة، فنية ، وتنفيذية أي يشمل على عناصر (تشريعية ،مادية ومالية ،وبشرية). (الطيب، ٢٠١٧)

وأیضا يمكن تعريف الاعلام حيث توجد تعريفات كثيرة وهناك من يعرفه حسب الغرض منه فيعرف "بأنه اهم وابرز أدوات المعرفة التي استخدمها الانسان ليعبر بها عن حرياته ويصون بها حقوقه وبذلك يكون الاعلام هو التعبير الصادق عن الديمقراطية " (حسان ، ٢٠٢٠)

ثالثا : مفهوم المؤسسة الإعلامية :

تعتبر المؤسسات الإعلامية هي كيان اجتماعي يهدف الى تحقيق مجموعة من الأنشطة او الاهداف المميزة من قبل الافراد الذين يؤدون أدوارهم وفق قواعد منسقة ومعروفة إدارياً وضمن حدود منضبطة و واضحة ، وهي بمثابة حلقة وصل توفر قنوات لربط الأفراد مع مجتمعهم، و كذلك تدعم بدورها المؤسسات المدنية و توفر خدمة للمجتمع وأفراده كل حسب امكانياته واحتياجاته ،ان الذين يستخدمون وسائل الاعلام ليسوا سلبيين لكنهم يقومون بعمليات التفسير والادراك (الصوالحة، ٢٠٢١) وانتقال الرسالة الإعلامية فأن عملية الاتصال هي عملية دائرية وليس خطية وثم العمل على المعرفة المسبقة بخصائص المتلقين من خلال الاهتمام بهم حيث اهتمت الدراسات في هذه الفترة بالجمهور باعتبار ان عملية الاتصال الجماهيري تكون اكثر تعقيدا فأن المصدر مؤسسة كاملة وليس فردا لها قواعدها وعلاقاتها وتنظيمها ، وان المتلقي أيضا مؤسسة كاملة وليس فردا لها علاقاتها وتنظيماتها وقوامها في المجتمع بل المتلقي جماهير غفيرة ومتباينة ،كذلك القنوات الإعلامية كثيرة ومتباينة ومتنافسة أيضا حيث بدأ الاهتمام بالمتلقي والمعرفة المسبقة بهم بل أيضا قد تتجاوز السعي للوقوف على التأثير لوسائل الاعلام المباشر ودور المؤسسات الإعلامية واجراء

تحليلات شاملة لمضامين وسائل الاعلام وعمليات التأثير المتبادل بين وسائل الاعلام والمؤسسات الأخرى وهذا يعني ان التركيز على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية من حيث خصائصهم الاجتماعية وخلفياتهم وتدريبهم وبعض عوامل السيوسولوجيا الأخرى التي قد تؤثر في ادوارهم وأسلوب أدائهم وذلك لان الإنتاج الإعلامي هو نشاط جماعي وليس جهد فردي وهذا يعني ان التحليل السوسيولوجي للقائمين بالاتصال يجب ان يكون في الاعتبار البنية الاجتماعية التي تعمل بها المؤسسة الإعلامية . (Abdelli، 2022)

رابعاً : فوائد وسائل الاعلام:

ان وسائل الاعلام تتيح حرية التعبير اذ تعطي الحق للصحفيين في إيضاح الحقائق للجمهور ويسمح بتداول المعلومات، لكن المعلومات المعروضة في الوسائل الإعلامية منها الصحيحة ومنها المضلل لذا فعلى الجمهور ان يستخدم مهاراته وان يكون حكيماً في التحليل للوصول الى الحقائق، ومن مزايل وسائل الاعلام نذكر ادناه بعض منها:

١- الاطلاع على أحدث الأخبار:

ان وسائل الإعلام تتيح أحدث المعلومات لأي شخص يسعى لمعرفة ما يدور حوله، كما تتعدد وتنوع وسائل وأشكال الإعلام إذ يُمكن للمستخدم اختيار الطريقة المفضلة لديه للحصول على المعلومات والأخبار سواء كان ذلك باستخدام تطبيقات الهواتف الذكية او الراديو او القنوات التلفزيونية حيث إنّ وسائل الإعلام متوفرة لتزويد الفرد بما يحدث في العالم بطريقة مناسبة.

٢- تشكيل رأي عام:

حيث تنوعت أشكال وسائل الإعلام في التأثير بالرأي العام حول قضية محددة، ومثال على ذلك تشكيل الموقف السياسي تجاه قضايا ما، ومن خلال الوقوف على محتويات المنشورات عبر الوسائل الإعلامية وتحليلها والتفكير فيها لحين الوصول الى تفسير مقنع للفرد.

٣- التنوع في مصادر الاتصال والاعلام:

هذا يحقق أكبر قدر ممكن من المواد الإعلامية والاعلامية وبأشكال متنوعة ففي السابق كان الكتاب الوسيلة الوحيدة المسيطرة على الساحة الإعلامية وأيضاً الثقافية في تحقيق الاتصال بالجمهور عن بعد، في حين ظهرت الوسائل المتنوعة الأخرى وفرضت حالة التنافس الشديدة فيما بينهما (احمد، ٢٠١٩) لكسب واستحواذ ثقة الجمهور.

٤- الخطاب الإعلامي وسرعة ايصاله الى الجمهور:

بعد ان كان الكتاب المطبوع والصحيفة يمران بمراحل الإنتاج المتعددة قبيل ان يصل الى الجمهور، ظهرت الإذاعة والتلفاز لإيصال الاخبار والاحداث من موقع حدوثها بفوارق زمنية لا تكاد تذكر، وهو ما اخذ صفة الانية في نشر الاخبار التي لها بعد كبير في التأثير في ردود أفعال الجمهور وسرعة الاحداث وتلاحقها.

٥- جمهور الصدفة: حيث ظهر جمهور الصدفة الذي يتلقى الخبر او المعلومة عن طريق الصدفة، فحين ما يبحث المشاهد او المستمع لمحطة او برنامج ما تكون الفرصة مؤاتية ليكون واحدا من جمهورها الدائمين في وقت لاحق، وهذا الامر يؤثر كثيرا في طرائق عرض الخبر وصياغته بما يحقق الغاية المرجوة.

٦- اقتسام المهام بين وسائل الاتصال والاعلام: حيث تؤدي كل منها دورا للتأثير في المتلقيين فأن الوسيلة الجديدة ستلغي الوسائل السائدة التقليدية عن الساحة الإعلامية، لكن واقع الحال يؤكد عدم صحة هذه التوقعات، وعلى سبيل المثال نذكر توقع الكثير ان الصحافة المطبوعة بطريقها الى الانقراض بسبب توجه الجمهور للصحافة الالكترونية وازدياد اعداد قرائها الى الملايين. (العاني، ٢٠١٥)

٢- الوظائف الاتصالية للمؤسسات الإعلامية وأهدافها

أولاً: الوظائف الاتصالية للمؤسسات الإعلامية:

ان عمل المؤسسات الإعلامية في عالمنا اليوم في اقتصاد ديناميكي، فأن التغيير هو القاعدة وليس الاستثناء وان هذا:

التغيير في كل الجوانب يحدث سواء في الجوانب الاقتصادية او السياسية او الاجتماعية او التكنولوجية، والتغيير قد يحدث بصورة شاملة او فجائيا او قد يحدث تغييرا تدريجيا.

وعليه فإن الإدارة الناجحة في المؤسسات الإعلامية هي التي تستطيع ان تتعامل مع التغييرات التي تطرأ بصورة مفاجئة وتضع لها استراتيجية ملائمة لتحقيق أهدافها، ويمكن هنا التعريف بالوظائف الأساسية للمؤسسات الإعلامية وهي تتحدد بأربعة جوانب هي:

أولاً- الاعلام: حيث يعمل الاعلام على تزويد الجمهور بالحقائق الثابتة والمعلومات الصحيحة، وذلك بهدف نشر الوعي السياسي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي.

ثانياً - الإعلان: يسعى للتأثير في الجمهور ومحاولة اجتذابه نحو خدمات وسلع معينة، فإن العنصر المهم الذي يستخدمه الإعلامي لتأثير هو "الإيحاء" حيث انه يخاطب العواطف والغرائز والانفعالات وليس عقل الانسان وفكره.

ثالثاً - الدعاية: ان التأثير في عقيدة الجماهير هي هدف الدعاية حيث تستخدم العاطفة من اجل ان تؤمن الجماهير بفكرة او عقيدة او مبدأ معين، وقد تأخذ الدعاية الطابع الديني او السياسي او الاجتماعي.

رابعاً-العلاقات العامة: ان الوظيفة الإدارية التي من خلالها يتم الاتصال الإعلامي التي تعكس مجموعة الجهود القائمة والمستمرة والمقصودة من اجل الوصول الى التفاهم المتبادل بين الجمهور والمؤسسة. (اسعد، ٢٠٠٨)

ثانياً :اهداف المؤسسات الإعلامية:

المؤسسات الإعلامية بأنواعها سواء كانت (مقروءة ،مرئية، مسموعة) بغض النظر عن الاختلاف في المجالات الخاصة او العامة التي تقدم للجمهور الإعلامي ، تهدف لتحقيق مجموعة الأهداف والغايات التي تساهم التي تكون ضرورية في وضعها ضمن الخطة والسياسة الإعلامية التي تكون ضرورية لأجل التأثير بالجمهور الإعلامي ، ان اهم هذه الأهداف هي :

أولاً - النمو: السعي لتطوير المؤسسة الإعلامية فهو الهدف المرجو تحقيقه بغض النظر عن حجم ونشاط المؤسسة الإعلامية، كما تهدف الى تحقيق الأرباح المادية المتخصصة، اضافتا الى السعي للقيام بالدور الاجتماعي بالنسبة للجمهور الإعلامي "سواء كان الجمهور داخلي او خارجي.

ثانياً -المسؤولية الاجتماعية: يقصد به مدى قدرة المؤسسات الإعلامية على تحمل المسؤولية كاملا في المجتمع بكافة انماطه، اضافتا لسعيها بشكل مستمر للارتقاء بالمجتمع والمجالات التي تؤثر فيه ،، حيث ان المؤسسات الإعلامية لا تسعى فقط لتحقيق المجالات المادية والربحية بل تسعى أيضا الى تحمل المسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً -الربحية: ويقصد به هنا السعي لتحقيق العوائد المادية التي ممكن الحصول عليها من خلال الأداء الصحفي او الأنشطة الإعلامية والتي تقوم بها المؤسسة الإعلامية بكل أنواعها. حيث تحصل على الأرباح من الممارسات الفعلية والعملية لمحتوى الصحافة، اضافتا لقدرتها على إقامة الأنشطة المعاصرة للوسائل الإعلامية، كل ذلك من الحفاظ على انجاز المؤسسة الإعلامية ونشاطاتها ومهامها بشكل سهل.

رابعاً- الاستمرارية: ان الهدف الأساسي هو التركيز على المنافسة فيما بين المؤسسات الإعلامية المتنوعة حيث يرتبط هذا الهدف بتحقيق الأرباح المادية.

خامساً- تحقيق الوظائف والأنشطة المنظمة: ان السعي الى تحقيق الأنشطة والوظائف التي تؤكد عليها المؤسسات الاعلامية والمنظمات الإخبارية بشكل عام، حيث يتم انجاز المهام المطلوبة من المؤسسات الإعلامية والتركيز على استعمال الوظائف الإدارية وتحقيق الاستفادة منها في كافة المراحل سواء كانت في مرحلة (الاعداد او الإنتاج او التوزيع او التحرير او الإعلان او الطباعة او النشر) سادساً-العمل على اخبار المجتمع بما يحصل من احداث هامة للاطلاع عليها، والتعريف بما موجود من خدمات اجتماعية وارشادهم الى استخدامها. (مهدي، ٢٠٢١)

سابعاً- تقديم برامج للتسليه والترفيه

ثامناً- تشجيع افراد المجتمع وتحفيزهم في تحقيق النشاطات التنموية الذاتية

تاسعا - تعليم افراد المجتمع المهارات المعرفية من خلال تقديم البرامج التعليمية لينو بأنفسهم ومجتمعهم.

عاشرا- تهدف البرامج الإذاعية الى تحسين وتغيير السلوك في المناطق المعزولة والريفية. (الصوالحة، ٢٠٢١)

٣-الدور المهني والرقابي في المؤسسات الإعلامية

أولا : الدور المهني في المؤسسات الإعلامية:

العمل الاعلامي يتطلب توفر وجود مهارات مهنية بالإضافة الى مقدرة على التنفيذ ،ليستطيع القائم على عملية الاتصال من ايصال الرسالة الإعلامية للجمهور بمهارة انجاز عالية تختلف عن مجرد فهم للمعلومات و فهم المبادئ، حيث ان المكلف بالاتصال قد يكون على معرفة بالمعلومات والمبادئ ولكن يصعب عليه تطبيقها وفي هذه الحالة لا يكون ماهرا فالمهارة هنا يمكن تعريفها "هي القدرة على التطبيق وهي معرفة التنفيذ والأداء وخبرة بهما ومقدرة عليهما " وهي أيضا القدرة للعمل مع أعضاء المؤسسات الإعلامية ، والغاية هو تحقيق هدف معين ويمكن عن طريق الممارسة والتطبيقات الميدانية والتدريب يتحقق الوصول الى المهارة (Van Leuven, 1991). وهناك مهارات احترافية تمكن القائمين بالاتصال من إنجاز مهماتهم المهنية والإعلامية من خلال:

١-حب الاستطلاع:

ان حب الاستطلاع يعد من المصادر المهمة للقائمين بالاتصال حيث انهم يربطونها بالأحداث المتمثلة بحاجاتهم بدافع حب الظهور والمغامرة وبدافع الشهرة، ولأجل خلق حالة التنافس والتحدي لدى القائمين بالاتصال لا بد من وجود احداث تدفعهم الى ابراز مهاراتهم فاذا كانت المهارات سهلة فأنها تؤدي الى حالة من الملل في حين تؤدي الى الإحباط اذا كانت صعبة.

٢: التغذية الراجعة:

تسعى التغذية الراجعة الى زيادة التنافس عند القائمين بالاتصال حيث انها تقوم عملهم وانجازاتهم الإعلامية والسعي للمحافظة على الجهد المبذول لتحقيق الأهداف، وذلك من خلال ردود أفعال الجمهور تعمل على تعديل رسائلها الإعلامية.

٣- الدافعية الداخلية:

تكون مصدرها نفسه القائم بالاتصال، حيث يسعى القائم بالاتصال على انجاز الموضوعات الإعلامية لإرضاء ذاته.

وهناك في العمل الإعلامي اعتبارات مهنية قد تؤثر على القرارات الإدارية من الجانبين (التنظيمي والإداري) (غنتاب، ٢٠١٢)

أولا المساحة: بالنسبة للعمل الإعلامي هو يعني الفراغ المتاح لنشر الرسالة الإعلامية من حيث انه لا يمكن توفير كافة المساحات التي تحتاجها الرسالة الإعلامية وذلك لتنوع أهميتها ولضخامة كميتها بحيث يستدعي في بعض الأحيان اختيار الأهم وتجاهل الأقل أهمية وفي أحيانا أخرى يستوجب اختصار الرسائل الإعلامية لتناسب مع المساحة المتاحة.

وهو الجانب التحريري من الإدارة.

في حين الجانب الإداري فهو مرتبط بقرار إداري حول زيادة ساعات البث او عدد الصفحات إذا كانت المادة الإعلامية ذات مرود معنوي او مادي على المؤسسة الإعلامية.

ثانيا- التوقيت المناسب: وهذا يعني نشر الرسائل الإعلامية بالوقت المناسب لها فأن الإدارة التحرير الناجحة تتخذ القرارات وهي تضع أمام أعينها التوقيت المناسب لبث الرسائل الإعلامية سواء كانت مرئية أو مقروءة أو مسموعة.

ثالثا-الوقت: كان الزمن المتاح لإذاعة الرسالة الإعلامية. سواء كان في (التلفزيون، الإذاعة، الفضائيات) فهي تشابه المساحة بالنسبة الى الصحافة فتعين الوقت اللازم يعتمد على القرارات الإدارية للمؤسسة من حيث أهمية وحجم الرسالة الإعلامية. اما

الجانب الآخر فان تلك الأهمية قد تؤثر على القرارات المتخذة من قبل بشأن البرامج المثبتة و المحددة على خارطة العمل.

رابعا _خدمات وكالات الانباء: ان خدمات وكالات الأنباء من (خدمات فلمية و أخبارية مصورة .. الخ) يكون عامل الضغط علي الإدارة الإعلامية, وذلك من خلال الرسائل الإعلامية حيث تستقبلها المؤسسات الإعلامية فأن هذه الخدمات هي من تقرر ما هو متاح لإدارة المؤسسة الإعلامية من اختبارات وذلك فيما يتعلق بالصور والاعبار .. الخ فهي لحد ما تقدم قيودا لما ينشر أو لما لا ينشر من خلال قرارات اولية بشأن المواد التي ترسل إلى مشتركها. (الطيب، ٢٠١٧)

ثانيا: المؤسسات الإعلامية ودورها الرقابي:

انهما صنوان لا يفترقان " الرقابة وحرية الإعلام "ان ظهور وسائل الاعلام وحرية التعبير غالبا ما تصطدم بأغلال السلطة، حيث ان الكلمة طالما اوقدت ثورات وغيرت مسارات كثيرة، لكن مع التطور لوسائل الاعلام الحديثة من النواحي التقنية واتجاه العالم نحو التطور الديمقراطي حيث بدأت اغلال الرقابة تتكسر ولم تعد عائقا امام انتشار الأفكار, (محمد، ٢٠١٨) وبطبيعة الحال ان تقدم الزمن ومرور الرقابة بعدت تحولات عبر الحقبة المختلفة فقد تراجعت الرقابة وانواعها حيث ظهرت اشكالا جديدة تعطي حرية اكبر للتعبير عن الرؤى امام الوسائل الإعلامية المختلفة حيث تسعى الكثير من الدول الى تحسين العلاقة مع الوسائل الإعلامية الى تطوير اشكال جديدة من العلاقة الافقية يوسع العمل المؤسسي (Lineman, 2011) .

فبظهور شبكات التواصل الاجتماعي قد انتهت جميع المعوقات بل أصبح باستطاعة أي شخص وفي أي مكان من التواصل والاتصال، فقد ظهرت العولمة حقيقية واقعة وقد تظل اللغة هي المصدات الأخيرة التي تقف خلفها الثقافة الوطنية والهوية لشعوب العالم.

لكن لا زالت عين الرقيب تتابع بدون كلل في بعض البلدان كل المنشورات بدوافع منها لحماية الامن الوطني وبعضها الاخر لحماية مجتمعها من الرؤى الهدامة والأفكار الشاذة التي قد تؤدي الى انهيار المجتمع.

فكلمة الرقابة قد تكن منفرة أحيانا ومفيدة في أحيانا أخرى لمراقبة المجتمع والوقوف بالضد من انتشار الأفكار السيئة والضارة والسعي لتنبيه الجهات المعنية بشأن احتياجات ورغبات المواطنين على جميع الأصعدة سواء كانت اقتصادية او خدمية او سياسية.

وهناك أنواع واشكال مختلفة للرقابة ومن أهمها :

١- الرقابة التي تكون من قبل الرأي العام وتعتبر من اشكال الرقابة الدائمة ولا تزال مهما تغيرت الأحوال وتطورت الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية او البيئية.

٢- الرقابة الحكومية وتكون هذه الرقابة بخصوص الموضوعات ذات الحالات الحرجة او الموضوعات الإخبارية الطارئة.

وان هذه الرقابة سواء كانت رقابة حكومية او رقابة من قبل الراي العام تساعد على التقليل من الدعايات المحرضة او بث اخبار التي لا تمت للواقع بصلة، لذا تعتمد المؤسسات الإعلامية بشكل عام على المبادئ وبعض العناصر التي تساعد على الغاء الشائعة او الصحافة الصفراء.

ثالثا : أنواع المؤسسات الإعلامية: ان أنواع المؤسسات الإعلامية تشمل على أنواع مختلفة والتي بدورها تؤكد على الدور المهم للمؤسسات الإعلامية، حيث تسعى جميع أنواع المؤسسات الإعلامية على ارسال المادة الإعلامية للجمهور سواء كان مشاهد ام مستمع ام قارئ باستخدام أنواع وهنا تتركز مهمة المؤسسات على تحديد جمهور التي من خلاله تحقق الأهداف التي تسعى المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها في الحصول عليه. (مهدي، ٢٠٢٢)

ويمكن من خلال الشكل (١) بيان أنواع المؤسسات الإعلامية :

أنواع المؤسسات الإعلامية شكل (١) (اعداد الباحثة)

أولاً: وسائل الاعلام المطبوعة:

١- الصحف: تعد الصحف من اقدم وسائل الاتصال الجماهيري وتتميز بأنها تخاطب المتلقي بطريقة غير مباشرة وأيضا انها تتميز بانها دورية الصدور ومتاحة للجميع تصدر بشكل يومي او اسبوعي فهي متنوعة الأبواب والمواضيع والاشكال لان جمهورها

متنوع الرغبات والاهتمامات، ان ظهور الصحافة المطبوعة لها الأثر الكبير في انتشار الاخبار بشكل سريع والقدرة على الخطاب الإعلامي للجمهور بشكل اوسع. اما الجرائد او الصحف الالكترونية فهي المستحدثة من الصحف حيث ظهرت مع انتشار الانترنت مما أدى الى استحداث طرق لنشر المقالات والاخبار والعمل حيث تمكنت الصحف الالكترونية من الانتشار بشكل أوسع وأكبر من الصحف الورقية التي اخذت تتراجع، ويعد السبب في تقدم الجريدة الالكترونية لوجود مميزات. (عبود، ٢٠١٥)

٢- المجالات: ان المجالات تختلف في محتواها وشكلها والنقاشات التي تعرضها عن الجرائد والصحف حيث انها تشبه الكتاب في هيئتها تحتوي على صفحة للمحتويات والمواضيع بعمرها تبدأ صفحة بعرض المحتويات كالأخبار وفيها صفحات متخصصة لكل المواضيع، كالأزياء والفن والموضة والطعام والتكنولوجيات. (العبادي، ٢٠١٧).

ثانيا: وسائل الاعلام المسموعة:

١- إذاعة (راديو): ان من الوسائل المهمة في المؤسسة الإعلامية هي الراديو حيث يمتلك قدرة كبيرة ومهمة في جذب الجمهور وأيضا السيطرة على اهتماماته لغرض متابعة برامجه حيث انه يستخدم ثلاثة عناصر أساسية ومهمة تضفي الجاذبية على مادته الإعلامية وهي الموسيقى والمؤثرات الصوتية والحوار. فتستطيع ان تخلق جوا من الصداقة وتوقظ الانفعالات لدى المتلقي وخلق علاقة إنسانية.

كانت الإذاعات على إدراك بأن الصورة الإعلامية تصل الى الجمهور بدلالاتها الخفية والمعلنة ايسر من النص المكتوب لان الصورة لدى المتلقي تصل كما يقصدها منتجها او صانع الصورة ولا يحتاج من امثلي سوى التأمل (حسن، ٢٠٢٠) .

ثالثا: وسائل الاعلام المرئي

١- قناة فضائية: هي أحد اشكال المنصات الإعلامية التي ظهرت خلال الفترة الأخيرة للقرن الماضي، ان الهدف من هذا القنوات الفضائية تقدم محتوى بطبيعة متنوعة وإعلامية ويعرف هذا باسم المحطات التلفازية وسميت بهذا الاسم لأنها مرتبطة

بشكل مباشر بالأقمار الفضائية وتصل الى جميع انحاء العالم ووفق منطقة البث للقمر الصناعي الفضائي.

تعمل القنوات الفضائية من خلال المختصين في هذه المجال ومن وذوي الخبرة من اعلاميين ومنتجين ومنسقين ومخرجين وأيضا تنتم هذه القنوات الفضائية بصفة الشمولية التخصيص أي تختص بجانب واحد من القطاعات كالمقاطع الثقافي والسياسي والرياضي والفني والاقتصادي والشؤون المحلية والإقليمية والعالمية ويهدف القائمين على القنوات الفضائية لإنجاح وتطوير القناة من خلال مواكبة جميع (العقلة، ٢٠١٨) الاحداث.

٢- مواقع التواصل الاجتماعي: باعتبار ان مواقع التواصل الاجتماعي هي تطبيقات او مواقع يقوم الشخص المستخدم بإنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي سواء كان (تويتر او فيسبوك او انستاجرام) وضمن نطاق شبكة Web يسمح له ببناء قاعدة بياناته الشخصية ووجود الالكتروني وأيضا شخصية افتراضية Profile لنشر الوثائق والبيانات والصور والرسائل والفيديو وبعد ذلك تبدأ مرحلة التشارك مع الآخرين عن طريق تكوين مجموعة من الأصدقاء حيث تبدأ مجموعة الأصدقاء وطلاب المدارس او طلاب الجامعات او زملاء المهنة او أبناء الحي او افراد العائلة الواحدة وتبادل الآراء والتعليقات والمواد الإعلامية حيث تتم عملية التواصل الالكتروني بين المرسل والمتلقي بشكل فوري لحظة بلحظة. (زغلامي، ٢٠٢٠).

حيث تمثل المواقع الالكترونية مجموعة من الصفحات المرتبطة مع بعضها ، من خلال موقع مركزي والتي من الممكن تخصيص موقع او مكان على الانترنت الذي تتوفر فيه الخدمة التفاعلية والمعلومات التي تساعد المستفيد في الحصول على ما يرغب من معلومات .(علي، ٢٠٢٠)

٤- تحليل أسئلة الاستبانة الموجة لموظفي هيئة الاعلام والاتصالات

في هذا المبحث تم تحليل الاستبانة التي وجهت الى الموظفين في هيئة الاعلام والاتصالات في المحافظات الجنوبية من العراق (البصرة ، وميسان ، و ذي قار) والبالغ عددهم (٦٧) وكما يلي :

الجانب المهني لعمل هيئة الاعلام والاتصالات
لغرض التحقق من هذا الهدف تم تفرغ إجابات افراد العينة من الموظفين العاملين في هيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية ، تم استخراج الوزن المئوي لأجاباتهم ، فكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول (٢)

الجدول (٢)

الجانب المهني لعمل هيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية

ت	الفقرة موافق	محايد	غير موافق	الوزن	المئوي
١-	تعمل إدارة الهيئة على تقديم أفكار جديدة ومتطورة للعمل المهني من خلال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	٥٤	٧	١	٩٥
٢-	تبتعد الهيئة عن الأفكار المثيرة للجدل والخلاف المتعلق بالعمل المهني	٥٢	١٠	-	٥٩٤.٣٣
٣-	يقدم الموظفون أفكار جديدة لأساليب تكنولوجيا متطورة للمعلومات	٥٠	١٢	-	٧٩٣.٣٣
٤-	تسعى هيئة الاعلام والاتصالات لاستخدام تطبيقات حديثة لتكنولوجيا المعلومات	٥٨	٤	-	١٩٧.٦٦
٥-	تستخدم أساليب حديثة معتمدة على تكنولوجيا المعلومات لتحديد حاجات المستفيدين	٦٤	١٦	-	١٠٩١.٣٣
٦-	تسعى الإدارة لتطوير الخدمات بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات	٥٧	٥	-	٩٧

٧-	تحت الهيئة العاملين على التجديد والابتكار من خلال استقبال المقترحات التي ترفعها الى مجلس الأمناء للمصادقة	١٠	٥٢	-	٩٤.٣٣	٥
٨-	تدعم إدارة الهيئة العاملين فيها على استحداث طرائق جديدة لتوفير الخدمات من خلال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	١	٦	٥٥	٩٥.٦٦	٣
٩-	توفر الإدارة الظروف المناسبة للعمل على تكوين الأفكار الإبداعية لدى العاملين	٥٠	١١	١	٩٣	٨
١٠-	تتيح الإدارة الاستقلالية وجهة الرأي للعاملين للقيام بالأعمال المناطة فيهم	٤٨	١٢	٢	١٠٩١.٣٣	
١١-	تسعى الهيئة لتطوير البرامج الالكترونية لمواكبة التطور التقني المستمر في دور العالم	٥١	١١	-	٩٤	٦
١٢-	تقدم الإدارة الحوافز التشجيعية المادية والمعنوية للموظفين المبدعين	٤٢	١٦	٤	٨٧	١١
١٣-	تحرص إدارة هيئة الاعلام والاتصالات على استخدام الطرق المناسبة في تطوير مهارات العاملين	٤٨	١٣	١	٩٩١.٦٦	

من خلال الجدول (٢) هناك فقرات حصلت على المرتبة الأولى ومضمون هذه الفقرة هي تسعى هيئة الاعلام والاتصالات لاستخدام تطبيقات حديثة لتكنولوجيا المعلومات والحاصلة على الوزن المئوي (٩٧.٦٦).

اما الفقرة الثانية والتي وزنها المئوي (٩٧) مضمون هذه الفقرة هي تسعى الإدارة لتطوير الخدمات بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات .

في حين الفقرة الثالثة وحازت على الوزن المئوي (٩٥.٦٦) تدعم إدارة الهيئة العاملين فيها على استحداث طرائق جديدة لتوفير الخدمات من خلال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات .

الدور الرقابي لهيئة الاعلام والاتصالات :

يبين الجدول (٣) الدور الرقابي الذي تقوم به هيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية من وجهة نظر الموظفين المنتسبين اليها في مختلف الوظائف والأعمار والتحصيل الدراسي والمناصب الوظيفية المختلفة .

الجدول (٣)

الدور الرقابي لهيئة الاعلام والاتصالات في المنطقة الجنوبية

ت	الفقرة موافق	محايد	غير موافق	الوزن	المئوي
الترتيب					
١-	ان مبدأ حرية التعبير ليس مطلقا فيخضع لمعايير دولية ومحلية تراقبها الهيئة	٥٠	١٠	٢	٧٩٢.٣٣
٢-	تتابع الهيئة البث الإعلامي لمنع التحريض على العنف والكراهية	٥٩	٣	-	٢٩٨.٣٣
٣-	هناك ضوابط تستخدمها الهيئة ضد القنوات الإعلامية المخالفة للذوق العام	٥٩	٣	-	٢٩٨.٣٣
٤-	الدور الرقابي لهيئتنا هو متابعة مقدمي البرامج ومحرري النشرات الاخبارية لضمان التزامهم الحياد والموضوعية والأئزان .	٩٧.٦٦	٣	٥٩	٢
٥-	تستخدم الهيئة التطبيقات التكنولوجية في تثقيف المجتمع ضد الجرائم الالكترونية	٤٥	١٦	١	٩٠
٦-	إيقاف البث والارسال بحق القنوات التلفزيونية الغير مرخصة	٥٧	٤	١	٩٦.٦٦
٧-	تعمل الهيئة على التأكد من مصداقية الوثائق التي تبثها وسائل الاعلام .	٥٦	٦	-	٩٦.٦٦

٨-	تشكل الهيئة لجان رقابية لمتابعة المؤسسات التي تشرف عليها . ١٩٨.٦٦ - ٢ ٦٠
٩-	تأخذ الشكاوي المطروحة على الهيئة على محمل الجد بتشكيل لجان تحقيقية مهنية فنية وقانونية . ٥٦ ٦ - ٩٦.٦٦
١٠-	تحتزم إدارة الهيئة وموظفيها آراء المواطنين في البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، وتتابع ملاحظاتهم لتقويم عمل المؤسسات الإعلامية . ٥٠ ١٢ - ٦٩٣.٣٣
١١-	توجد قنوات اتصال فعالة بين هيئة الاعلام والاتصالات والمواطنين لتلقي شكاوهم حول خدمات شركات الهاتف النقال . ٥٥ ٧ - ٥ ٩٦

الجدول (٣) تبين ظهور اربع فقرات حصلت على المراتب الأولى وهي
الفقرة الأولى تشكل الهيئة لجان رقابية لمتابعة المؤسسات التي تشرف عليها .والحاصلة
على الوزن المئوي (٩٨.٦٦) .
المرتبة الثانية حصلت عليها فقرتين بوزن مئوي (٩٨.٣٣) وهما (تتابع الهيئة
البث الإعلامي لمنع التحريض على العنف والكراهية) . اما الفقرة الأخرى (هناك
ضوابط تستخدمها الهيئة ضد القنوات الإعلامية المخالفة للذوق العام) .
الفقرة الثالثة حازت على الوزن المئوي (٩٧.٦٦) الدور الرقابي لهيئتنا هو متابعة
مقدمي البرامج ومحرري النشرات الاخبارية لضمان التزامهم والحياد والموضوعية
والاتزان .

النتائج :

١- تطبق الهيئة القواعد والقوانين والمبادئ الاساسية التي تحقق الاهداف المرسومة
في النظام الداخلي للمؤسسات الاعلامية .

٢- تتوفر في المؤسسات الإعلامية الموارد البشرية ذات المهارة والكفاءة والنزاهة لإنجاح الادارة الواقعية في صنع القرار وتحسين منظومة العمل المهني والرقابي في المؤسسات الاعلامية مراعيًا التخصصات العلمية الدقيقة .

٣- ينطلق الدور المهني للمؤسسات الإعلامية من الوعي بأهمية الادارة ودورها في خلق التطورات وتحفيز العاملين فيها لكافة اقسامها وأنواعها وإشغالها الاعلامية والتكنولوجية واللوجستية عبر نقل الحقائق الى الجمهور من خلال وسائل وأدوات وأجهزة ذات اشكال وأنواع مختلفة .

٤- تسعى هيئة الاعلام والاتصالات لاستخدام تطبيقات حديثة لتكنولوجيا المعلومات.

٥ -تشكل الهيئة لجان رقابية لمتابعة المؤسسات التي تشرف عليها .

التوصيات :

١-الاعلام وسيلة للحرية والعلم والابداع والتفكير والاختلاف في الرأي ، فيجب ان تتوفر الحرية للمؤسسات الإعلامية فهي أساس كل الحريات وهي الحجر الأساسي لأي بناء ديمقراطي في المجتمع .

٢-دعم المؤسسات الاعلامية فهي منابر إعلامية حرة.

٣-ان للدور الإعلامي مسؤولية لا يقتصر على الاخبار بل لابد من تحديد المشكلات التي يعاني منها المجتمع ووضع الحلول المناسبة .

٤-ان يضع الاعلاميون لأنفسهم مدونات أخلاقية وقوانين خاصة بهم وبما ينسجم مع مجتمعهم على ان تتم تحديث هذه المدونة مع ما يتلاءم مع التطور المتسارع لظهور الاعلام الالكتروني .

٥- تدريب العاملين في المؤسسات الإعلامية بشكل مستمر لتطوير قدراتهم الإعلامية وخاصة الإعلاميين المؤهلين الى تولي مناصب قيادية في المستقبل خاصة في الاعمال الإدارية والهندسية والفنية

وكذلك المؤهلين لممارسة اعمال التحرير والمبرمجين .

٦-تقدم الإدارة الحوافز التشجيعية المادية والمعنوية للموظفين المبدعين

٧- ان مبدأ حرية التعبير ليس مطلقا فيخضع لمعايير دولية ومحلية تراقبها الهيئة

قائمة المصادر :

- ١- نور الدين. دور الإدارة الاستراتيجية في نمو واستمرار المؤسسة. Diss. الأغواط، جامعة عمار ثلجي. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ٢٠٠٥.
- ٢- سعد إبراهيم، محمد، and محمد. "نحو مدخل نظري جديد لتفسير دور الإعلام في أزمة الشرعية في مرحلة التحول الثوري." المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ٢٠١٣.١ (٢٠٢٠): ٤-٢٩.
- 3 -Hollifield, C. Ann, et al. Media management: A casebook approach. Routledge, 2015.-3
- 4 -Van Leuven, James K., and Michael D. Slater. "How publics, public relations, and the media shape the public opinion process." Journal of Public Relations Research 3.1-4 (1991): 165-178.
- ٥- Ameri, Ahmed Salah Taher Al- فلسفة الإدارة الإعلامية في ظل الاعلام الجديد (مصدر الالكتروني) .-٢٠١٨ .
- ٦- محمد ،وزاع ، لادارة الالكترونية ودورها في تعزيز دور ومكانة الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية -دراسة حالة شركة موبيليس للاتصالات، - مجلة الدراسات الاعلامية والاجتماعية للأبحاث التخصصية ،العدد ٣/٣ مج ٣ . - جامع قاصدي مرياح ورقلة ، ٢٠١٧ .
- ٧- الطيب ،عبد النبي عبد الله ،إدارة المؤسسات الإعلامية ،المملكة العربية السعودية :جامعة جازان ، ٢٠١٧
- ٨-الصوالحة ،رشا ، مفهوم المؤسسة الإعلامية ، ٢٠٢١
- ٩- Abdelli, Ahmed ،إشكالية تحديد مفهوم بيئة الإعلامية في بحوث الاعلام .- ٢٠٢٢
- ١٠- احمد ،هنادي .- فوائد وسائل الاعلام ، ٢٠١٩
- ١١-العاني ،حارث عبود ،مزهر .- الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي .-عمام :دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥ ، ط ١ ، ٢٦٩ص.

- ١٢-حسان ، محمد حاتم .- النظام القانوني للمواقع الالكترونية الإعلامية -دراسة مقارنة (رسالة ماجستير .- جامعة البصرة :كلية القانون ، ٢٠٢٠ . ص٨.
- ١٢--اسعد ، سلام خطاب ، المؤسسة الإعلامية في العراق -وظائفها وتنظيماتها .- تكريت :جامعة تكريت ، ٢٠٠٨، مج ١٥ ، ع ٤
- ١٣-- مهدي ،لبنى ، اهداف المؤسسات الإعلامية ، ٢٠٢١
- ١٤-الصوالحة ،رشا ، مفهوم المؤسسة الإعلامية ٢٠٢١
- ١٥-غنتاب ،ازهار صبيح ، دافعية لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية (مجلة دورية) .- العراق : كلية الاعلام ، ٢٠١٢ ، ع ١٥ .
- ١٦-الطيب ،عبد النبي عبد الله .-إدارة المؤسسة الإعلامية ، ٢٠١٧
- ١٨-محمد ،عمار طاهر ،مواقع التواصل الاجتماعي بين المعايير الأخلاقية والتشريعات العراقية(احداث مؤتمر) .-بغداد :كلية الاعلام ، ٢٠١٨ .
- ١٩-مهدي ،لبنى ،- كيفية رقابية الرأي العام على الصحف .-القاهرة :العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٢٢.
- ٢٠-عبود ،حارث .- الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي .-عمان :دار ومكتبة الحامد ، ٢٠١٥ ، ط١
- ٢١- العبادي ،كفاية .- أنواع وسائل الاعلام ، ٢٠١٧
- ٢٢-علي ، عبد القادر احمد .- التكنولوجي ودوره في تنظيم المعلومات للمواقع الالكترونية في الجامعات العراقية : دراسة تقييمية (رسالة ماجستير) - جامعة البصرة: كلية الأداب ، ٢٠٢٠.